

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาระเบียบวิธีวิจัย ของการศึกษาวิจัยเรื่อง“ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ ภาวลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว และความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก)อุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรในประเทศไทย”โดยเป็นการ วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ (1).เพื่อศึกษา “ปัจจัย เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ภาวลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย และ กำแพงเพชรในประเทศไทย (2).เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ ภาวลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว และความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก) อุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรในประเทศไทย และ(3).เพื่อสร้าง แบบจำลองของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ภาวลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวและความ ภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย- ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรในประเทศไทยโดยวิเคราะห์รูปแบบจำลองสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) โดยการใช้โปรแกรม AMOS (Diammantopoulos & Siguaw, (2000) Windows ซึ่งเนื้อหาในบทที่ 3 ผู้วิจัยได้กล่าวถึง 6 ประเด็นดังนี้

- 3.1 รูปแบบของการศึกษาวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัย
- 3.3 ขั้นตอนการดำเนินการของการศึกษาวิจัย
- 3.4 เครื่องมือของการศึกษาวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาวิจัย
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาวิจัย

### 3.1 รูปแบบของการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานแบบ (Mix Method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

**3.1.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)** ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยกำหนดประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ดีที่สุดด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยทำการสัมภาษณ์เฉพาะกับ บริษัทท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว และกรมการท่องเที่ยว และอุทยานประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) เพื่อนำผลที่ได้จากการลงพื้นที่มาวิเคราะห์และพัฒนาแบบจำลอง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชรในประเทศไทย” เพื่อยืนยันตัวแปรและปัจจัยต่างๆว่ามีความเหมาะสมและสอดคล้องกันอย่างไร

**3.1.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)** ผู้ศึกษาวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience) คุณค่าที่รับรู้ (Perceive Value) ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Destination Loyalty) เชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบจำลองสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป AMOS (Diamantopoulos & Siguaw, (2000)

### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัย

#### 3.2.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการมุ่งเน้นถึงการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติจีนและสัญชาติอังกฤษหรือนักท่องเที่ยวที่สามารถพูดภาษาจีนและภาษาอังกฤษที่มีอายุตั้งแต่ต่ำกว่า 18 ถึงมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรในประเทศไทยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาตามหลักเกณฑ์ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรในประเทศไทยประจำปี, (2560)

ลำดับ	จังหวัด	นักท่องเที่ยวต่างชาติ/คน
1	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	1,805,498
2	จังหวัดสุโขทัย+ศรีสัชนาลัย	339,411
3	จังหวัดกำแพงเพชร	91,916
	รวม	2,236,825

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ, (2560)

### 3.2.2 กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติจีนและสัญชาติอังกฤษหรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่สามารถพูดภาษาจีนหรือภาษาอังกฤษที่มีอายุตั้งแต่ต่ำกว่า 18 ถึงมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรประเทศไทยซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามเทคนิคการใช้สถิติวิเคราะห์รูปแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) ด้วยวิธีพหุตัวแปรควรมีเกณฑ์ในการกำหนดขนาดตัวอย่างเป็นจำนวน 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) ที่ใช้สำหรับการกำหนดตัวอย่างในโปรแกรมดังนั้นการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 15 ตัวแปร และกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ร้อยละ 95 โดยอนุญาตเกิดความผิดพลาดได้ไม่เกินร้อยละ 5 จึงมีขนาดตัวอย่างเท่ากับ  $(15 \times 20) = 300$  ตัวอย่าง โดยงานวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดการคัดเลือกตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติจีนและอังกฤษหรือสามารถพูดภาษาจีนหรือภาษาอังกฤษมีจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่างจากสถานที่ท่องเที่ยว 4 แห่ง คือ (1).อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (2).อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย (3).อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย และ(4).อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร AMOS (Diammantopoulos & Siguaw, (2000) ดังนั้นจึงมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนเฉลี่ยประชากรทั้งหมด  $(400 \times 4) = 1,600$  ตัวอย่างโดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนนักท่องเที่ยวที่ดีผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Size) โดยใช้สูตรคำนวณของ, Taro Yamane, (1973), วิชิต อ้วน, (2554) ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + NE^2}$$

กำหนดให้

n คือ ขนาดหรือจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดหรือจำนวนประชากร (2,236,825 คน)

e คือ คำน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อน (0.05)

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ

$$\begin{aligned} n &= 2,236,825 / (1 + 2,236,825 (0.05)^2) \\ &= 399.99 \text{ หรือประมาณ } 400 \text{ กลุ่มตัวอย่าง} \end{aligned}$$

การพิจารณาความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยงที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ 400 ตัวอย่างโดยผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาถึงกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเทคนิคสถิติวิเคราะห์รูปแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) โดยการใช้โปรแกรม AMOS ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ต้องมีขนาดใหญ่หากใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่จะมีโอกาสที่ตัวแปรจะมีการแจกแจงเป็นปกติมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดเล็ก ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) นักสถิติวิเคราะห์ตัวแปรพหุนิยมใช้คือขนาดกลุ่มตัวอย่าง 10-20 คน ต่อตัวแปรในการวิจัยหนึ่งตัวแปร, สุกมาส อังสุโชติ (2554) ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมีตัวแปรสังเกตได้ในแบบจำลองจำนวน 15 ตัวแปรดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย 200 (10X20) ถึง 400 (20X20) ผลจากการคำนวณดังกล่าวเป็นจำนวนของขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเทคนิคสถิติวิเคราะห์รูปแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) นอกจากนี้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่เป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัยประเภทเขียนตอบ โดยที่กลุ่มตัวอย่างหรือนักท่องเที่ยวจะเป็นผู้ตอบแบบสอบถามและจะอ่านแบบสอบถามและเขียนตอบด้วยตนเอง โดยแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด (Closed Questionnaire) เป็นการให้กลุ่มตัวอย่างหรือนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ตอบใช้วิธีการเลือกตอบตามที่ผู้ศึกษาวิจัยกำหนดไว้ เช่น ข้อมูลทั่วไป เพศ อายุ การศึกษา เป็นต้น และข้อมูลความคิดเห็นต่อตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยเลือกตอบว่าเห็นด้วยมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด 15 ตัวแปร ดังนั้นขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย 200 (10X20) ถึง 400 (20X20) ผลจากการคำนวณดังกล่าวเป็นจำนวนของขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเทคนิคสถิติวิเคราะห์รูปแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM)

นอกจากนี้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถาม โดยตรงกับกลุ่มตัวอย่างหรือสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายตามที่ได้กำหนดไว้ผู้ตอบแบบสอบถามหรือนักท่องเที่ยวได้อ่านแบบสอบถามด้วยตัวเองในกรณีและผู้ตอบแบบสอบถามหรือนักท่องเที่ยวมีข้อสงสัยหรือมีบางอย่างไม่เข้าใจผู้ตอบแบบสอบถามหรือนักท่องเที่ยวก็สามารถถามผู้วิจัยหรือทีมงานผู้ช่วยผู้วิจัย (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, (2546) ได้โดยตรงจากการลงพื้นที่นั้นๆ ในทันที โดยผู้วิจัยรับแบบสอบถามกลับคืนโดยทันทีหลังจากที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบเสร็จดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 1,600 ตัวอย่าง ซึ่งมีจำนวนเพียงพอและมากกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเทคนิคสถิติวิเคราะห์รูปแบบจำลอง

สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) คือผู้ศึกษาวิจัยและทีมงานผู้ช่วยผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรในประเทศไทยทั้ง 4 แห่งๆละ 400 ตัวอย่างเท่ากับ 1,600 ตัวอย่าง ดังนั้นเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูลเป็นการสำรองหรือลดความคลาดเคลื่อนจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างและเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนและน่าเชื่อถือมากขึ้น (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, (2546)

ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการ(เก็บข้อมูลในครั้งนี้) =  $500 \times 4 = 2,000$  การวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 500 ตัวอย่าง และจากสถานที่ท่องเที่ยว 4 แห่ง เท่ากับ 2,000 ตัวอย่าง ซึ่งมีจำนวนเพียงพอและมากกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเทคนิคสถิติวิเคราะห์รูปแบบจำลองสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM)

### 3.2.3 เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เทคนิควิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ศึกษาวิจัยได้แบ่งประเภทของการเลือกกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆคือการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ได้แก่การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ในขั้นตอนที่ 1 และผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยวิธีไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ได้แก่การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในขั้นตอนที่ 2 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในขั้นตอนที่ 3 โดยผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) ,May, (1997) ,กัลยา วานิชขัญษา, (2556) ซึ่งมีลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามระดับชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนตัวอย่างที่เท่ากันโดยจะเลือกศึกษาจากประชากรที่มีลักษณะตรงตามวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีสัญชาติจีนหรืออังกฤษหรือนักท่องเที่ยวที่สามารถพูดภาษาจีนหรือภาษาอังกฤษที่มีอายุตั้งแต่ต่ำกว่า 18 ถึงมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชรประเทศไทย ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มีสัญชาติจีนหรืออังกฤษ หรือนักท่องเที่ยวที่สามารถพูดภาษาจีนหรือภาษาอังกฤษที่มีอายุตั้งแต่ต่ำกว่า 18 ถึงมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรประเทศไทย ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยทำการคัดเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการแจกแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling), Yamane, (1973) เป็นการสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีสัญชาติจีนหรืออังกฤษ หรือนักท่องเที่ยวที่สามารถพูดภาษาจีนหรือภาษาอังกฤษที่มีอายุตั้งแต่ต่ำกว่า 18 ถึงมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชรประเทศไทย

จากข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและตามการจัดลำดับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมากที่สุด 10 อันดับแรก ในปี 2561 พบว่ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอันดับแรกเป็นชาวจีน จำนวน 9,805,753 คน มาเลเซียจำนวน 3,354,800 คน เกาหลีจำนวน 1,709,070 คน ลาวจำนวน 1,612,647 คน ญี่ปุ่นจำนวน 1,544,328 คน อินเดียจำนวน 1,411,942 คน รัสเซียจำนวน 1,346,219 คน สหรัฐอเมริกาจำนวน 1,056,124 คน สิงคโปร์จำนวน 1,028,077 คน และอังกฤษจำนวน 994,468 คน (ศูนย์ข้อมูลกรมการท่องเที่ยว, (2561) สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 3.2 ดังนี้

ตารางที่ 3.2 แสดงลำดับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมากที่สุด 10 อันดับ

ลำดับ	ประเทศ/ดินแดน	จำนวนคน/ปี 2017	จำนวนคน/ปี 2016	รายได้/ล้าน
1	จีน	9,805,753	8,757,646	524,451.03
2	มาเลเซีย	3,354,800	3,494,890	87,132.21
3	เกาหลี	1,709,070	1,464,200	76,195.83
4	ลาว	1,612,647	1,388,020	41,928.33
5	ญี่ปุ่น	1,544,328	1,439,510	67,512.49
6	อินเดีย	1,411,942	1,194,508	62,404.01
7	รัสเซีย	1,346,219	1,090,083	105,051.19
8	สหรัฐอเมริกา	1,056,124	975,643	77,571.28
9	สิงคโปร์	1,028,077	967,550	36,268.75
10	อังกฤษ	994,468	1,004,345	76,619.29

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติกรมการท่องเที่ยว, (2561)

### 3.3 ขั้นตอนการดำเนินการของการศึกษาวิจัย

ขั้นตอนของการดำเนินการการศึกษาวิจัยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีสัญชาติจีนและอังกฤษหรือสามารถพูดภาษาจีนหรือภาษาอังกฤษซึ่งมีกระบวนการดำเนินการ 10 ขั้นตอนหลัก เพื่อศึกษา“ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรในประเทศไทย”ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) โดยทำการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ ตำรา วารสารเอกสารจาก

งานวิจัยและเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ผู้วิจัยได้รับความรู้พื้นฐานในการศึกษาวิจัยและนำมาพัฒนาและกำหนดกรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัยโดยมีการทบทวนวรรณกรรมเพื่อหาตัวแปรที่เกี่ยวข้องจากฐานข้อมูล Online ของมหาวิทยาลัยศรีปทุม อย่างเช่น ฐานข้อมูล EBSCO, Emerald and Pro Quest เป็นต้นซึ่งเป็นบทความทางวิชาการที่เน้นผลงานวิจัยจากนักวิชาการทั่วโลกจำนวนทั้งสิ้น 335 บทความ เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 การร่างแบบสอบถามของการศึกษาวิจัยโดยผู้วิจัยทำร่างแบบสอบถามการวิจัยจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรมต่างๆที่ได้จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) โดยเนื้อหาและรายละเอียดจะแสดงอย่างละเอียดในบทที่ 2 โดยกรอบแนวคิดนี้จะประกอบไปด้วยข้อคำถามในแบบสอบถามจะประกอบไปด้วยตัวแปรต่างๆดังนี้ (1).ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience) (2).คุณค่าที่รับรู้(Perceived Value) (3).ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image) และ(4).ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Destination Loyalty)และสามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดที่สมบูรณ์ได้ดังแสดงในรูปภาพที่ 2.23 โดยเนื้อหาและรายละเอียดดังแสดงอยู่ในบทที่ 2

ขั้นตอนที่ 3 การศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยกำหนดประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ดีที่สุดด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยทำการสัมภาษณ์เฉพาะกับบริษัทท่องเที่ยวหรือนำเที่ยวหรือผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหรือกับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย และกำแพงเพชรในประเทศไทยเพื่อนำผลที่ได้จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อการวิเคราะห์ “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก)อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย และกำแพงเพชรในประเทศไทย” เพื่อยืนยันตัวแปรและปัจจัยต่างๆที่นำมาศึกษาว่ามีความเหมาะสมและสอดคล้องในบริบทของประเทศไทยอย่างไรและนำผลที่ได้มาวิเคราะห์สำหรับเป็นตัวแบบโครงสร้างของตัวแปรเพื่อสร้างเครื่องมือแบบสอบถามในการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ขั้นตอนที่ 4 นำผลที่ได้จากการลงพื้นที่ในการสำรวจข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพมาทำการวิเคราะห์สร้าง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย และกำแพงเพชรในประเทศไทย” และเพื่อเป็นการยืนยันในกรอบแนวคิดและการพัฒนารูปแบบต่างๆที่นำมาศึกษาโดยนำผลมาวิเคราะห์เป็นตัวแบบโครงสร้างตัวแปรเพื่อสร้างเครื่องมือหรือแบบสอบถามในการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ

ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือแบบสอบถามจากการสังเคราะห์และพัฒนาข้อคำถามจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องส่วนการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือของการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาค่าความ

เที่ยงตรง (Validity) ด้วยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาขึ้นมาให้ผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยมีผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 ท่าน โดยเป็นนักวิชาการ 3 ท่าน นักวิชาชีพ 3 ท่าน และนักสถิติ 3 ท่าน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ของการศึกษาวิจัยที่ต้องการวัดแบบสอบถามทุกข้อคำถามโดยต้องมีค่า IOC มากกว่า 0.50 หมายความว่า ข้อคำถามทุกข้อต้องตรงกับหลักการหรือวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยและหากค่า IOC น้อยกว่า 0.50 หมายความว่า ข้อคำถามไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยซึ่งผู้วิจัยต้องทำการปรับปรุงข้อคำถามของการศึกษาวิจัยใหม่เพื่อให้ตรงกับหลักการหรือวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ขั้นตอนที่ 6 ผู้วิจัยได้ดำเนินการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) หรือความสอดคล้องภายใน ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยการนำแบบสอบถามไปดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรในประเทศไทย จำนวน 30 ตัวอย่าง โดยไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างจริงในการศึกษาวิจัยโดยการคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า  $\alpha$  ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไปถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่น, วิชิต อู่อัน, (2554) (Diamantopoulos & Siguaw, (2000), อ้างถึงใน สุขมาส อังศุโชติ และคณะ, (2554)

ขั้นตอนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยในขั้นตอนนี้เป็นการดำเนินการศึกษาวิจัยในรูปแบบ Survey Research โดยมีการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีสัญชาติจีนและสัญชาติอังกฤษหรือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สามารถพูดภาษาจีนและภาษาอังกฤษที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรในประเทศไทย

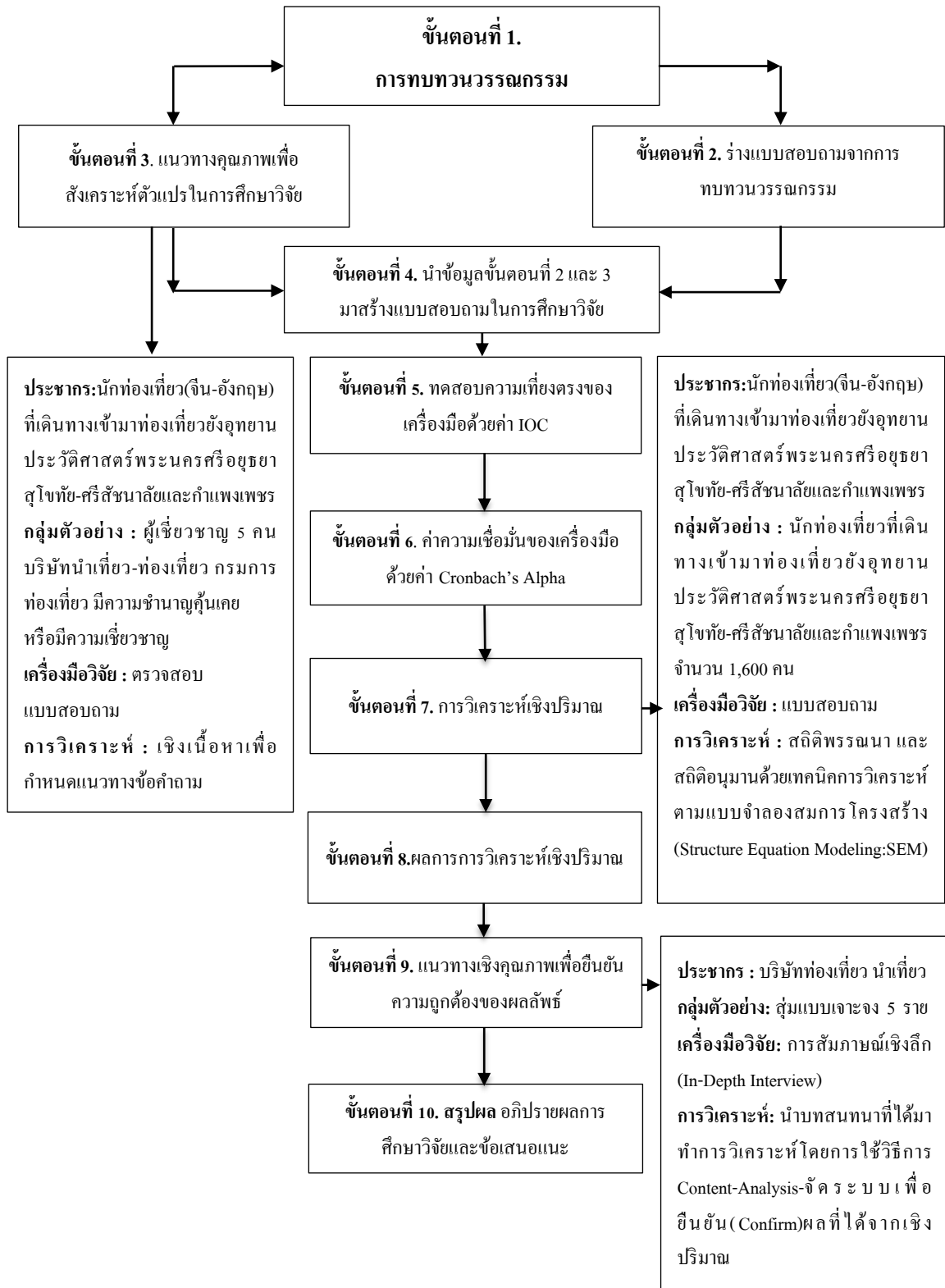
ขั้นตอนที่ 8 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคทางสถิติ (Statistics) ที่เป็นสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยการประเมินแบบจำลองของการวัดเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของตัวแปรและการตรวจสอบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (Linear Structural Relation) และแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM)

ขั้นตอนที่ 9 การนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) มาสรุปเป็นแบบจำลองทางสถิติและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อยืนยันแบบจำลองและนำมาใช้ในการอภิปรายผล (Discussion)

ขั้นตอนที่ 10 สรุปผลอภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยเป็นระบบขั้นตอนที่ผู้วิจัยสรุปและสามารถอธิบายเนื้อหาสาระสำคัญได้โดยต้องมีความครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย ข้อคำถามของการศึกษาวิจัยและจากสมมติฐานการศึกษาวิจัยที่ผู้วิจัยได้กำหนดตามหลักการของการศึกษาวิจัยทางวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์



แสดงภาพประกอบ 10 ขั้นตอนของการศึกษาระเบียบวิธีวิจัยจากขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย  
ข้างต้น 10 ขั้นตอนสามารถแสดงขั้นตอนของการดำเนินงานศึกษาวิจัยได้ดังภาพประกอบที่ 3.1



รูปภาพที่ 3.1 แสดง 10 ขั้นตอนของการดำเนินงานของการศึกษาระเบียบวิธีวิจัย

### 3.4 เครื่องมือของการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก)อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรในประเทศไทย” เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการสร้างเครื่องมือของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากผลงานวิชาการและงานวิจัยต่างประเทศเป็นหลัก โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามเพื่อจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับร่างหลังจากนั้นผู้ศึกษาวิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างดังกล่าวมาทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้อธิบายไว้ในหัวข้อการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือของการศึกษาดังนี้

#### 3.4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย/แบบสอบถาม (Questionnaire)

โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม(Questionnaire) ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการสร้างเครื่องมือของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากต่างประเทศเป็นหลักเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มี 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามหรือนักท่องเที่ยวสัญชาติจีนและอังกฤษเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพและอาชีพ เป็นต้น เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยหาค่าร้อยละ (Percentage) จากข้อที่ 1-12 จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นมาตรการประมาณค่า (Rating Scale) เป็นข้อคำถามเพื่อสอบถามแนวความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience) เป็นข้อคำถามที่เป็นมาตรการประมาณค่าระดับความคิดเห็นทางสถิติ 5 ระดับ (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert, (1961) ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุดจนถึงมีระดับเห็นด้วยน้อยที่สุดชนิด 5 ระดับ สามารถแปลผลได้จากข้อที่ 13-23 จำนวน 11 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นมาตรการประมาณค่า (Rating Scale) เป็นข้อคำถามเพื่อสอบถามแนวความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) เป็นข้อคำถามที่เป็นมาตรการประมาณค่าระดับความคิดเห็นทางสถิติ 5 ระดับ (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert, (1961) ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุดจนถึงมีระดับเห็นด้วยน้อยที่สุดชนิด 5 ระดับ สามารถแปลผลได้จากข้อที่ 24-35 จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นมาตรการประมาณค่า (Rating Scale) เป็นข้อความเพื่อสอบถามแนวความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image) เป็นข้อความที่เป็นมาตรการประมาณค่าระดับความคิดเห็นทางสถิติ 5 ระดับ (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert, (1961) ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุดจนถึงมีระดับเห็นด้วยน้อยที่สุดชนิด 5 ระดับ สามารถแปลผลได้จากข้อที่ 36-50 จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นมาตรการประมาณค่า (Rating Scale) เป็นข้อความเพื่อสอบถามแนวความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Destination Loyalty) เชียงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) เป็นข้อความที่เป็นมาตรการประมาณค่าระดับความคิดเห็นทางสถิติ 5 ระดับ (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert, (1961) ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด จนถึงมีระดับเห็นด้วยน้อยที่สุดชนิด 5 ระดับ สามารถแปลผลได้จากข้อที่ 51-56 จำนวน 6 ข้อ

### 3.4.2 เกณฑ์การให้คะแนนของการศึกษาวิจัย

เกณฑ์การให้คะแนนใช้ตามแนวคิดของลิเคิร์ต Likert, (1961) ที่เป็นมาตรส่วนประมาณค่า 5 ลำดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุตั้งแต่ต่ำกว่า 18 ถึงมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรในประเทศไทยซึ่งมีเกณฑ์ในการให้คะแนนเป็นอนัตราภาคชั้นเพื่อประเมินความคิดเห็นและเพื่อใช้ในการแปลผลของข้อความที่เป็นมาตรการประมาณค่าระดับความคิดเห็นทางสถิติ 5 ระดับ (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert, (1961) ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็น 5 ระดับ จาก 5 เห็นด้วยมากที่สุด, 4 เห็นด้วยมาก, 3 เห็นด้วยปานกลาง, 2 เห็นด้วยน้อย และ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุดสามารถแปลผลได้ดังนี้

$$\text{สูตรอนัตราภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{แทนค่า} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ระดับความคิดเห็น สำคัญมากที่สุด	5	คะแนน
ระดับความคิดเห็น สำคัญมาก	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็น สำคัญปานกลาง	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็น สำคัญน้อย	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็น สำคัญน้อยที่สุด	1	คะแนน

เกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมาย ข้อมูลค่าเฉลี่ย (X) ใช้ตามแนวของ Best & John W. (1993)

ค่าเฉลี่ย 1.00 -1.80 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.62 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

**ตารางที่ 3.3** ตัววัดด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว(Tourist Experince)ที่เป็นตัวแปรแฝงมีองค์ประกอบ 3 มิติดังนี้คือ (1).ประสบการณ์ในการมาเที่ยวประเทศไทย (2).ประสบการณ์การวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทาง และ(3).การสื่อสารแบบการบอกต่อหรือปากต่อปากในแบบสอบถามของการศึกษาวิจัย และแหล่งที่มา

ข้อ ที่	ตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้	ข้อความ	แหล่งที่มา
<b>1. ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว(Tourist Experince)</b>			
<b>1.1 ประสบการณ์ในการมาเที่ยวประเทศไทย (Past Experience in Thailand)</b>			
13	ในการมาเที่ยวประเทศไทยพบว่าประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจสวยงามมากมาย	Holbrook&Hirschmann, (1982) Zeithaml, et al.,(1990,1993)	
14	ในการมาเที่ยวประเทศไทยท่านพบว่าประเทศไทยมีอาหารอร่อยและมีชื่อเสียงระดับโลก	Simeon et al.,(2017) Rodrigues,(2017)	
15	ในการมาเที่ยวประเทศไทยพบว่าประเทศไทยมีเอกลักษณ์อย่างใกล้ชิดกับวัฒนธรรมและประเพณีไทย	Cadotte,et al.,(1987) Lalith Chandralal. et al., (2013)	
16	ในการมาเที่ยวประเทศไทยพบว่าคนไทย มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีน้ำใจกับคนทั่วไป	Woodruff and Jenkins ,(1987) Alexander Assouad et al., (2016)	
17	ในการมาเที่ยวประเทศไทยพบว่าประเทศไทยมีความสะอาดสวยงาม	Chiu & Leng,(2016) Lalith Chandralal. et al.,(2013)	
<b>1.2 ประสบการณ์ของการวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทาง(Pre-TripPlanning Experience)</b>			
18	ในการมาเที่ยวประเทศไทยท่านมีการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลมาก่อนล่วงหน้า	Frias.etal.(2008). Ho et al.,(2012) Munar & Jacobsen,(2014)	
19	ในการมาเที่ยวประเทศไทยท่านมีการเตรียมการอย่างดี และไม่มีผลกระทบต่อท่าน	Fangmeng,( 2006),Ho et al.,(2012) Sahin, Gulmez & Kitapci,(2017)	
20	ในการมาเที่ยวประเทศไทยท่านมีการเตรียมการอย่างดี และไม่มีผลกระทบต่อสุขภาพของท่าน	Wang,Xianga, et al.,(2014) Campos, (2016) ,Ho et al.,(2012)	

ตารางที่ 3.3 (ต่อ) ตัววัดด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience) ที่เป็นตัวแปรแฝงมีองค์ประกอบ 3 มิติดังนี้คือ (1).ประสบการณ์ในการมาเที่ยวประเทศไทย (2).ประสบการณ์การวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทาง และ(3).การสื่อสารแบบการบอกต่อหรือปากต่อปากในแบบสอบถามของการศึกษาวิจัย และแหล่งที่มา

ข้อ	ตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้	ข้อคำถาม	แหล่งที่มา
<b>1.ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience)</b>			
<b>1.3 การสื่อสารแบบการบอกต่อหรือปากต่อปาก (Word-Of-Mouth Communication)</b>			
21	ในการมาเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ท่านได้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มีความประทับใจจากประสบการณ์ที่ดีในการมาเที่ยวประเทศไทย		Fangmeng ,(2006),Qu, (2017) (Khan & Rahman, (2016) Anderson,(1998)
22	ในการมาเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ท่านได้ข้อมูลของประเทศไทยจากเว็บไซต์(Website)ต่างๆที่มีการทบทวน (Review)จากความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย		Lake,(2010) ,Libai et al.,(2013) Fu, Ju & Hsu,(2015) Majali & Bohari,(2016) Ho et al.,(2012)
23	ในการมาเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ท่านได้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ดี ๆว่ามีแหล่งท่องเที่ยวทางขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมไทย แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม		Mikalef .et .al.. (2017) Daugherty and Hoffman,(2014) Nuria Huete-Alcocer,(2017) Edward Ramirez, et al., (2018) Ho et al., (2012)

ตารางที่ 3.4 ตัววัดด้านคุณค่าที่รับรู้(Perceived Value) ที่เป็นตัวแปรแฝงมีองค์ประกอบ 4 มิติดังนี้คือ (1).คุณค่าที่รับรู้ทางด้านราคา (2).คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ (3).คุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ และ(4).คุณค่าที่รับรู้ด้านความคุ้มค่าในแบบสอบถามของการศึกษาวิจัย และแหล่งที่มา

ข้อ	ตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้	ข้อคำถาม	แหล่งที่มา
<b>2.คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value)</b>			
<b>2.1 คุณค่าที่รับรู้ทางด้านราคา (Perceived Price Value)</b>			
24	การมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก)ในครั้งนี้ท่านคิดว่ามีค่าใช้จ่ายที่สมเหตุสมผล		Inouye, Chi & Bradley ,(2014) Kim, Jang & Howard Adler, (2014)
25	การมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก)ในครั้งนี้ท่านคิดว่ามีค่าใช้จ่ายที่คุ้มค่ากับเงินที่ได้จ่ายไป		Prebensen & Rosengren ,(2016) Ercsey&Jozsa ,(2014)

ตารางที่ 3.4 (ต่อ) ตัววัดด้านคุณค่าที่รับรู้(Perceived Value) ที่เป็นตัวแปรแฝงมีองค์ประกอบ 4 มิติ ดังนี้คือ (1).คุณค่าที่รับรู้ทางด้านราคา (2).คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ (3).คุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ และ(4).คุณค่าที่รับรู้ด้านความคุ้มค่าในแบบสอบถามของการศึกษาวิจัย และแหล่งที่มา

ข้อ	ตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้	ข้อคำถาม	แหล่งที่มา
26	การมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) ในครั้งนี้ ท่านคิดว่ามีค่าใช้จ่ายรวมตลอดของการเดินทางมีความเหมาะสมกับเงินที่ได้จ่ายไป	Inouye, Chi & Bradley ,(2014) Kim, Jang & Howard Adler,(2014) Zeithaml ,(1988), Woodruff, (1997)	
<b>2. คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value)</b>			
<b>2.2 คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์(Perceived Emotion Value)</b>			
27	การมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก)ในครั้งนี้นี้ ท่านได้รับความสนุกสนาน	Inouye, Chi & Bradley, (2014) Kim, Jang & Howard Adler ,(2014)	
28	การมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก)ในครั้งนี้นี้ ทำให้ท่านชื่นชอบประทับใจในประเทศไทย	Prebensen & Rosengren ,(2016) Ercsey & Józsa ,(2014)	
29	การมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก)ในครั้งนี้นี้ ทำให้ท่านมีความผูกพันกับประเทศไทย	Prebensen & Rosengren, (2016) Zeithaml, (1988), Woodruff ,(1997)	
<b>2.3 คุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ (Perceived Quality Value)</b>			
30	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก)แห่งนี้นี้มี การให้บริการอย่างมีคุณภาพด้วยมาตรฐานสากล	Inouye, Chi & Bradley,(2014) Kim, Jang & Howard Adler, (2014)	
31	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก)แห่งนี้นี้มี ความสะอาด และปลอดภัย	Lutz ,(1986), Han & Hyun ,(2015) Prebensen & Rosengren ,(2016)	
32	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก)แห่งนี้นี้มี ความน่าเชื่อถือว่ามีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน	Zeithaml ,(1988),Woodruff ,(1997) Prebensen & Rosengren ,(2016)	
<b>2.4 คุณค่าที่รับรู้ด้านความคุ้มค่า (Perceived Economic Value)</b>			
33	อุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก)แห่งนี้นี้มีคุณค่าต่อ ประสิทธิภาพของนักท่องเที่ยวที่ได้รับ	Inouye, Chi & Bradley, (2014) Kim, Jang & Howard Adler ,(2014)	
34	อุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก) แห่งนี้นี้มีคุณค่าต่อการ เชื่อมชมของนักท่องเที่ยว	Zeithaml,(1988),Woodruff ,(1997) Prebensen & Rosengren ,(2016)	
35	อุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก)แห่งนี้นี้มีคุณค่าที่ เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	Lutz, (1986), Zeithaml ,(1988) Prebensen & Rosengren (2016)	

ตารางที่ 3.5 ตัววัดด้านภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image) ที่เป็นตัวแปรแฝงมีองค์ประกอบ 6 มิติดังนี้คือ(1).ภาพลักษณ์ของสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (2).ภาพลักษณ์ของความสามารถในการเข้าถึง (3).ภาพลักษณ์ของสิ่งอำนวยความสะดวก (4).ภาพลักษณ์ของที่พักร (5).ภาพลักษณ์ของกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและ (6).ภาพลักษณ์ของการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวในแบบสอบถามของการศึกษาวิจัยและแหล่งที่มา

ข้อ	ตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้	ข้อความ	แหล่งที่มา
<b>4. ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image)</b>			
<b>4.1 ภาพลักษณ์ของสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)</b>			
36	ท่านคิดว่าประเทศไทย มีอารยธรรมที่ยิ่งใหญ่งดงามล้ำค่า		Eusebio & Vieir ,(2013)
37	ท่านคิดว่าประเทศไทย มีวัฒนธรรม ที่ยิ่งใหญ่งดงามล้ำค่า		Lee & Huang ,(2014)
38	ท่านคิดว่าประเทศไทย มีสถาปัตยกรรม ที่ยิ่งใหญ่งดงามล้ำค่า		J.Pelasol,(2012)
39	ท่านคิดว่าประเทศไทย มีกิจกรรมที่ยิ่งใหญ่งดงามล้ำค่า		Adomaitiene ,(2016)
40	ท่านคิดว่าประเทศไทย มีประติมากรรมที่ยิ่งใหญ่งดงามล้ำค่า		Eusebio & Vieir ,(2013)
<b>4.2 ภาพลักษณ์ของความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilty)</b>			
41	ท่านสามารถเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วยรูปแบบการเดินทางแบบส่วนตัว		Eusebio & Vieir,(2013) Lee & Huang,(2014)
42	ท่านสามารถเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วยรูปแบบการเดินทางแบบสาธารณะ		Rajaratnam et al.,(2015) Lee ,(2016)
43	ท่านสามารถเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย		Rajaratnam et al.,(2015) Adomaitiene ,(2016)
<b>4.3 ภาพลักษณ์ของสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ของประเทศไทย</b>			
44	ท่านคิดว่าประเทศไทยและแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) มีความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว		Eusebio & Vieir,(2013) J. Pelasol,(2012)
45	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก)มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานอย่างครบครัน		Lee & Huang,(2014) Rajaratnam et al.,(2015)
46	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก)มีศูนย์ท่องเที่ยวไว้คอยบริการเพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว		Eusebio & Vieir,(2013) Lee & Huang,(2014)

ตารางที่ 3.5 (ต่อ) ตัววัดด้านภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image) ที่เป็นตัวแปรแฝงมีองค์ประกอบ 6 มิติดังนี้คือ(1).ภาพลักษณ์ของสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว(2).ภาพลักษณ์ของความสามารถในการเข้าถึง(3).ภาพลักษณ์ของสิ่งอำนวยความสะดวก(4).ภาพลักษณ์ของที่พัก(5).ภาพลักษณ์ของกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและ(6).ภาพลักษณ์ของการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวในแบบสอบถามของการศึกษาวิจัยและแหล่งที่มา

ข้อ	ตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้	ข้อความ	แหล่งที่มา
<b>4. ตัววัดด้านภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image)</b>			
<b>4.4 ภาพลักษณ์ของที่พัก (Accommodation) ของประเทศไทยและแหล่งท่องเที่ยว</b>			
47	ท่านคิดว่าประเทศไทยมีห้องพักหรือโรงแรมมีความทันสมัย สวยงามและสะดวกสบาย	Eusebio & Vieir ,(2013) Lee & Huang ,(2014)	
48	ท่านคิดว่าประเทศไทย มีห้องพักที่มีความเหมาะสมและมีราคา ให้เลือกตามมาตรฐานสากล	J.Pelasol,(2012) Rajaratnam et al.,(2015)	
49	ท่านคิดว่าประเทศไทย มีห้องพักอย่างเพียงพอมีความสะอาด และปลอดภัย	Lee & Huang, (2014) Rajaratnam et al.,(2015)	
<b>4.5 ภาพลักษณ์ของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) ในแหล่งท่องเที่ยว</b>			
50	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก)แห่งนี้มีการจัด นิทรรศการงานมรดกโลกอย่างงดงาม	Eusebio & Vieir,(2013) Lee & Huang,(2014)	
51	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก)แห่งนี้มีกิจกรรม ตลอดเวลาในขณะที่เดินเยี่ยมชม	Lee & Huang,(2014) Rajaratnam et al.,(2015)	
52	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก) แห่งนี้มีกิจกรรม การชมและขี่ช้างรอบอุทยานฯ	Pike Steven,(2008), Adomaitiene,(2016)	
<b>4.6 ภาพลักษณ์ของการให้บริการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)</b>			
53	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์แห่งนี้มีศูนย์บริการและข้อมูล ด้านการท่องเที่ยวที่ดี	Eusebio & Vieir ,(2013) Lee & Huang ,(2014)	
54	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์แห่งนี้มีร้านค้าและสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยบริการอย่างเพียงพอ	Pike Steven,(2008) Adomaitiene ,(2016)	
55	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์แห่งนี้มีสถานบริการสุขภาพ อย่างพอเพียงเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน	J.Pelasol,(2012) Adomaitiene ,(2016)	



**ตารางที่ 3.6** ตัววัดด้านความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว(Destination Loyalty) ที่เป็นตัวแปรแฝงมีองค์ประกอบ 2 มิติดังนี้คือ (1).การบอกต่อหรือการสื่อสารแบบปากต่อปาก และ(2).ความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำหรือกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งในแบบสอบถามของการศึกษาวิจัยและแหล่งที่มา

ข้อ	ตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้	ข้อความ	แหล่งที่มา
<b>5. ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Destination Loyalty)</b>			
<b>5.1 ความภักดีของการบอกต่อหรือการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth)</b>			
56	หลังจากที่ท่านได้เข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) แห่งนี้แล้วท่านจะมีการบอกต่อหรือแนะนำให้กับคนรู้จัก ญาติ พี่น้อง ครอบครัว เพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่นๆให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก)		Giraldi & Cesareo ,(2014) Gursoy, et al., (2014) Kavoura&Stavrianeas,(2015) Zeithaml et al.,(1996)
57	หลังจากที่ท่านได้เข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) แห่งนี้แล้วท่านจะพูดถึงประสบการณ์ดีๆที่ได้รับให้กับคนรู้จักญาติพี่น้องครอบครัวเพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่นๆ		Kandampully et al.,(2015) Abdelazim& Alajloni, (2016) Li,Cai,Lehto,&Huang,(2010)
58	หลังจากที่ท่านได้เข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) แห่งนี้แล้วท่านจะบอกต่อด้วยการสื่อสารผ่านทางสังคมออนไลน์ (Social Network) ด้วยการโพสต์วีดีโอรูปภาพผ่านยูทูป (YouTube) เป็นการสื่อสารการบอกต่อด้วยความรวดเร็วและทันทั่วถึง		Kandampully et al.,(2015) Abdelazim&Alajloni ,(2016) Kuo, (2011) Kim,Chan & Gupta, (2012) Banki et al., (2014)
<b>5.2 ความภักดีของความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ (Revisit Intention)</b>			
59	ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำอีกครั้งเมื่อมีโอกาส		Kandampully et al.,(2015) Abdelazim& Alajloni,(2016)
60	ท่านมีความตั้งใจที่จะเลือกใช้บริการบริษัทท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยวรายเดิมในครั้งต่อไป		Giraldi & Cesareo,(2014) Gursoy, et al.,( 2014)
61	ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำอีกครั้งเพราะประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามดึงดูดใจ ทั้งในด้านศิลปวัฒนธรรมอันยิ่งใหญ่ งดงาม ล้ำค่า วัฒนาอารามปราสาทราชวัง สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม ประณีตศิลป์ และวรรณกรรม ฯลฯ		Giraldi & Cesareo,(2014) Gursoy, et al.,(2014) Kavoura&Stavrianeas,( 2014) Kandampully et al.,(2015) Abdelazim& Alajloni ,(2016)

ตารางที่ 3.7 แสดงการสรุปผลการสร้างจำนวนข้อคำถามของแต่ละตัวแปร

ส่วนที่	ตัวแปรแฝงและ ตัวแปรสังเกตได้	จำนวน
1.	<b>ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience)</b>	
	1.1 ประสบการณ์ในการมาเที่ยวประเทศไทย (Past Experience in Thailand)	5
	1.2 ประสบการณ์ของการวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทาง (Pre-Trip Planning Experience)	3
	1.3 ประสบการณ์ของการสื่อสารแบบการบอกต่อ (Word-Of-Mouth Communication)	3
2.	<b>คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value)</b>	
	1.1 คุณค่าที่รับรู้ทางด้านราคา (Perceived Price Value)	3
	1.2 คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ (Perceived Emotion Value)	3
	1.3 คุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ (Perceived Quality Value)	3
	1.4 คุณค่าที่รับรู้ด้านความคุ้มค่า (Perceived Economic Value)	3
3	<b>ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image)</b>	
	1.1 ภาพลักษณ์ของสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)	5
	1.2 ภาพลักษณ์ของความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilty)	3
	1.3 ภาพลักษณ์ของสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ของประเทศไทย	3
	1.4 ภาพลักษณ์ของที่พัก (Accommodation) ในแหล่งท่องเที่ยวและประเทศไทย	3
	1.5 ภาพลักษณ์ของกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ในแหล่งท่องเที่ยว	3
	1.6 ภาพลักษณ์ของการให้บริการ (Ancillary Service) ในแหล่งท่องเที่ยว	3
4	<b>ความภักดีของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Loyalty)</b>	
	1.1 ความภักดีของการบอกต่อหรือการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth)	3
	1.2 ความภักดีของความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง (Revisit Intention)	3
	<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>49</b>

### 3.4.2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ศึกษาวิจัยได้ดำเนินการพัฒนาประเด็นการสัมภาษณ์เองโดยการกำหนดประชากรตัวอย่างและกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ศึกษาวิจัยได้ทำการลงพื้นที่เพื่อการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ดีที่สุดด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยทำการสัมภาษณ์เฉพาะกลุ่มบริษัทนำเที่ยว บริษัทท่องเที่ยว และกรมการท่องเที่ยว

ในการศึกษาวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการยืนยันกรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัยและปัจจัยต่างๆที่นำมาศึกษาวิจัยเรื่อง“ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก)อุทยานประวัติศาสตร์

พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชรในประเทศไทย”และเพื่อเป็นการยืนยันสมมติฐานในบริบทของประชากรกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นการนำมาศึกษาวิจัยครั้งนี้เพื่อความเข้าใจตรงกันและครอบคลุมเนื้อหาของการศึกษาวิจัยในฉบับนี้ทั้งหมดเป็นแบบสอบถามแบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) หรือการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการและเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดซึ่งจะมีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview), ถัดจากวัลย์ เพชรโรจน์, (2545) หรือรวบรวมข้อมูลในเชิงลึก แบบสัมภาษณ์จะมีการกำหนดข้อคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์, สุวิมล ติรกานนท์, (2548) และเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็น, ล้วน สายยศ, (2538)

### 3.4.3 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามเพื่อนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความชัดเจนดังนี้

#### 3.4.3.1 การทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity)

1. ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือของการศึกษาวิจัยด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) เพื่อต้องการพิสูจน์ตรวจสอบความเหมาะสมและความถูกต้องของตัวแปร 4 ตัวแปรดังนี้คือ

[1.1]. ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist-Experience) โดยตรวจสอบ 3 มิติดังนี้ (1).ประสบการณ์ในการมาเที่ยวประเทศไทย (Past Experience in Thailand) (2).ประสบการณ์การวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทาง (Pre-Trip Planning) (3).การบอกต่อหรือการสื่อสารด้วยปากต่อปาก (Word-Of-Mouth Communication)

[1.2]. คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) โดยตรวจสอบ 4 มิติดังนี้ (1).คุณค่าที่รับรู้ด้านราคา (Perceived Price Value) (2).คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ (Perceived Emotion Value) (3).คุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ (Perceived Quality Value) และ(4).คุณค่าที่รับรู้ด้านความคุ้มค่า (Perceived) Economic Value)

[1.3]. ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image) โดยตรวจสอบ 6 มิติดังนี้ (1).สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) (2).ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) (3).สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) (4).ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) (5).กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) และ(6).การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)

[1.4].ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว(Destination Loyalty) โดยตรวจสอบ 2 มิติดังนี้(1).การบอกต่อหรือการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) (2).ความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการซ้ำอีกครั้ง (Revisit Intention)

2. ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือของการศึกษาวิจัยด้วยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษาคุณวุฒิพนธ์ทำการตรวจสอบคุณภาพด้าน

ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 9 ท่านเพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยที่ต้องการวัด ,Rovinelli,(1977) ดังนี้

$$\text{สูตรคำนวณ IOC} = \frac{\text{คะแนนรวม}}{\text{จำนวนผู้เชี่ยวชาญ}} = \frac{\sum R}{N}$$

$$\text{สูตร IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

โดย IOC = ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence)

R = คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 3.8 แสดงตัวแปรวิธีการวัดมาตรวัดและแหล่งข้อมูลการพัฒนาข้อคำถามของผู้ศึกษาวิจัย

ตัวแปร	วิธีการวัด	มาตรวัด	จำนวนข้อ	แหล่งข้อมูล
<b>(1).ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience)</b>				<b>การพัฒนาข้อคำถาม</b>
5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด		อันตรภาคชั้น	11	Zeithaml,etal.,(1990)
4 หมายถึง เห็นด้วย				Woodruff et al.,(1987)
3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง				Rodrigues,(2017)
2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย				Cadotte,et al,(1987)
1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				Anderson,(1998)
<b>(2).คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value)</b>				
5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด		อันตรภาคชั้น	12	Zeithaml,(1988)
4 หมายถึง เห็นด้วย				Ercsey&Jozsa,(2014)
3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง				Inouye,Chi& et al,(2014)
2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย				Han & Hyun,(2015)
1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				Woodruff,(1997)
<b>(3).ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image)</b>				
5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด			20	Eusebio & Vieir,(2013)
4 หมายถึง เห็นด้วย				Lee & Huang,(2014)
3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง				Rajaratnam et al.,(2015)
2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย				Pike Steven,(2008)
1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				Adomaitiene,(2016)

ตารางที่ 3.8 (ต่อ) แสดงตัวแปรวิธีการวัดมาตรวัดและแหล่งข้อมูลการพัฒนาข้อคำถามของผู้ศึกษาวิจัย

ตัวแปร	วิธีการวัด	มาตรวัด	จำนวนข้อ	แหล่งข้อมูล
<b>(4).ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Destination Loyalty)</b>				
5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด		อันตรภาคชั้น	6	Zeithaml, et al.,(1996)
4 หมายถึง เห็นด้วย				Kandampully et al.,(2015)
3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง				Banki et al.,(2014)
2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย				Kuo,(2011)
1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				Kim,Chan & Gupta,(2012)

**2.1 เกณฑ์การประเมินความสอดคล้อง (Index of Consistency : IOC) ของผู้เชี่ยวชาญโดยมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้องไว้ดังนี้**

- +1 หมายถึง คำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยหรือนิยามปฏิบัติการ
- 1 หมายถึง คำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยหรือนิยามปฏิบัติการ
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยหรือนิยามปฏิบัติการ

เกณฑ์การแปลความหมายมีดังนี้

ค่า  $IOC \geq .50$  หมายถึง คำถามตรงวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

ค่า  $IOC < .05$  หมายถึง คำถามไม่ตรงวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

## 2.2 ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ (IOC)

การประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยที่ต้องการวัด โดยผู้ศึกษาวิจัยได้รับความอนุเคราะห์จาก(1).ผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ (2).ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องมือและ(3).ผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาชีพ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยในฉบับนี้ จำนวน 9 ท่านดังนี้

### 1. ผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ

1.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระพีพร ศรีจำปา คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา และเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร (EX-MBA) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะวิทยาศาสตร์บัณฑิตสาขาวิชาวิทยาศาสตร์บัณฑิต(วท.บ.เศรษฐศาสตร์เกษตร) เกียรตินิยมอันดับ 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปริญญาโทหลักสูตรM.B.A.(Business Administration), Cleveland State University, U.S.A. และปริญญาเอกหลักสูตร Ph.D. (International Business),Asian Institute of Technology

**1.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ ไทโยมา** คณบดีคณะศิลปศาสตรมหาวิทาลัยศรีปทุมและ  
เป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารการศึกษาวิทาลัยบัณฑิตศึกษา  
ด้านการจัดการมหาวิทาลัยศรีปทุมสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะครุศาสตร์(ค.บ.)  
(ภาษาอังกฤษ)วิทาลัยครูสวนสุนันทาปริญญาโทหลักสูตร M.S. (Business Education) New Hampshire  
College, U.S.A.และปริญญาเอกหลักสูตร Ed.D. (Administrative and Policy Studies), University of  
Pittsburgh, U.S.A.

**1.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ ศิริกิจ** ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดได้รับการรับรองจาก  
Certificated Professional Marketer (Asia Pacific) และเป็นอาจารย์พิเศษหลักสูตรปริญญาโทและ  
ปริญญาเอกในมหาวิทาลัยรัฐและเอกชนต่างๆสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีบริหารธุรกิจจากคณะ  
Bachelor Degree of Business Administration, DPU ปริญญาโท M.M. (Management), Master's Degree,  
UTCC, 2540-M.M. (Management) และปริญญาโทหลักสูตร Master's Degree ,CMMU,2541 ปริญญาโท  
หลักสูตร Master's Degree University of Singapore, 2543 และปริญญาเอกหลักสูตร D.B.A(Doctor of  
Business Administration) Major Marketing, U.S.A

## 2. ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องมือ

**2.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สุบิน ยุระรัช** ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมและพัฒนางานวิจัย  
มหาวิทาลัยศรีปทุมและเป็นผู้อำนวยการหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา  
มหาวิทาลัยศรีปทุม สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะครุศาสตร์บัณฑิต(ค.บ)(เกียรตินิยม  
อันดับ 1 เหรียญทอง) จุฬาลงกรณ์มหาวิทาลัยครุศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต (การวัดและประเมินผลการศึกษา)  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทาลัยและ University of Newcastle upon Tyne, UK และ Cert. (Multilevel Modeling),  
University of East Anglia, England

**2.2 ดร.ธนชาติ จันทร์เวโรจน์** ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต,มหาวิทาลัยศรี  
ปทุม และเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรคณะนิเทศศาสตร์สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์มหาวิทาลัยศรี  
ปทุมสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะนิเทศศาสตร์สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์มหาวิทาลัย  
ศรีปทุมปริญญาโทในหลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ มหาวิทาลัยศรี  
ปทุมและปริญญาเอกด้านการจัดการดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการศึกษาจากมหาวิทาลัยราชภัฏ  
สวนดุสิต

**2.3 ดร.สุศักดิ์ เภาประเสริฐวงศ์** อาจารย์ประจำหลักสูตรปริญญาโทคณะมนุษยศาสตร์และ  
สังคมศาสตร์สาขาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทาลัยราชภัฏสวนสุนันทาสำเร็จการศึกษา  
ระดับปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการเงิน ปริญญาโทจากมหาวิทาลัยเกษตรศาสตร์  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการเงินจากมหาวิทาลัยเกษตรศาสตร์ และปริญญาเอกบริหารธุรกิจดุษฎี  
บัณฑิตสาขาธุรกิจกีฬา จากมหาวิทาลัยศรีปทุม

### 3. ผู้เชี่ยวชาญทางด้านวิชาชีพ

**3.1 ดร.ปณต อัสวชัย** อาจารย์ประจำสาขาการจัดการการท่องเที่ยววิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีทางด้าน Communication Arts จาก Bangkok University International College ระดับปริญญาโททางด้าน Hotel and Tourism Management จาก Silpakorn University International College และสำเร็จการศึกษาปริญญาเอกทางด้านการจัดการมรดกทางด้านสถาปัตยกรรมและการท่องเที่ยวของมหาวิทยาลัยศิลปากร (International Program) มีประสบการณ์อย่างมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านธุรกิจการท่องเที่ยว และ MICE & Events

**3.2 ดร.สยามมล เทพทา** อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและโรงแรมคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีลพบุรี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ) อุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวราชภัฏสวนสุนันทา ปริญญาโทหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม) สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมรดกทางสถาปัตยกรรมกับการท่องเที่ยว (ปร.ด.) มหาวิทยาลัยศิลปากร

**3.3 ดร.ไอลดา ศราทรทัต** อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและโรงแรมคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีลพบุรี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.ม.) สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่นมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ปริญญาโทหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาวิชาญี่ปุ่นศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการมรดกทางสถาปัตยกรรมกับการท่องเที่ยว (ปร.ด.) มหาวิทยาลัยศิลปากร

### 2.3 ผลของการตรวจสอบ IOC

การศึกษาวิจัยในฉบับนี้ได้มีผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องมือและผู้เชี่ยวชาญด้านอาชีพหรือท่องเที่ยวได้ทำการตรวจสอบแบบสอบถามข้อคำถาม หรือ IOC จำนวน 9 คน ผลของการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามหรือ IOC ในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความครอบคลุมของแบบสอบถาม ความเหมาะสมและความชัดเจนของการใช้ภาษาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 ท่านพบว่าผลของการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) มีค่าความสอดคล้องระหว่าง 0.60-1.00 ผู้ศึกษาวิจัยจึงได้ทำการเลือกข้อคำถามที่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน  $IOC \geq .05$  เพื่อแสดงว่าข้อคำถามในแบบสอบถามมีความสอดคล้องของข้อคำถามตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย, สุวิมล ติรกันันท์ (2543) โดยมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและมีความเหมาะสม มีความชัดเจนของภาษาและครอบคลุมเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามตามประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำและนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อให้ความเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

เพื่อให้เกิดความสอดคล้องและมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่เหมาะสมเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน และสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาวิจัยได้อย่างถูกต้อง

**3.4.3.2 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) หรือความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)**

ด้วยการนำแบบสอบถามไปดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องมือและผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาชีพแล้วนำเครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกันกับกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัย ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย จำนวน 30 ตัวอย่างโดยการคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า  $\alpha$  ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไปถือว่าเป็นข้อคำถามที่มีความเชื่อมั่น ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ & อัจฉรา ชานีประศาสน์, (2545), มนสิข สิทธิสมบูรณ์, (2550), เกียรติสุดา ศรีสุข, (2552)

$$\text{สูตร } \alpha = \frac{n}{n-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

เมื่อ

$\alpha$  = ค่าความเชื่อมั่น

$n$  = จำนวนข้อคำถาม

$S_i^2$  = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อคำถาม

$S_x^2$  = ความแปรปรวนคะแนนรวมของเครื่องมือทั้งฉบับ

การตรวจสอบความเชื่อมั่นผู้วิจัยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็คอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ผลจากการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในประเด็นของข้อคำถามพบว่าข้อคำถามมีค่าความเชื่อมั่นสามารถนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยได้และเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดโดยมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 ขึ้นไป (มนสิข สิทธิสมบูรณ์, (2550) ซึ่งผลจากการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในประเด็นของข้อคำถามสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 3.9

**ตารางที่ 3.9 แสดงค่าความมั่นของแบบสอบถามจากตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย**

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	จำนวนคำถาม	ค่าความเชื่อมั่น
1. ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience)	3	11	.884
2. คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value)	4	12	.876
3. ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image)	6	20	.870
4. ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Destination Loyalty)	2	6	.818



ตารางที่ 3.10 แสดงความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย (N=1,600)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	จำนวน คำถาม	ค่า ความ เชื่อมั่น
1.ประสบการณ์ ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience)	(1).ประสบการณ์ในการมาเที่ยวประเทศไทย (Past Experience in Thailand)	5	.893
	(2).ประสบการณ์การวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทาง (Pre-Trip Planning/Viewer Experience)	3	.795
	(3).ประสบการณ์การบอกต่อหรือการสื่อสารด้วยปาก ต่อปาก (Word-Of-Mouth Communication)	3	.742
	<b>รวม</b>	<b>11</b>	<b>.892</b>
2.คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value)	(1).คุณค่าที่รับรู้ด้านราคา (Perceived Price Value)	3	.827
	(2).คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์(Perceived Emotion Value)	3	.906
	(3).คุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ (Perceived Quality Value)	3	.761
	(4).คุณค่าที่รับรู้ด้านความคุ้มค่า(PerceivedEconomic Value)	3	.856
	<b>รวม</b>	<b>12</b>	<b>.923</b>
3. ภาพลักษณ์ของ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Image)	(1).ภาพลักษณ์ของสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)	5	.928
	(2).ภาพลักษณ์ของความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)	3	.875
	(3).ภาพลักษณ์ของสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	3	.870
	(4).ภาพลักษณ์ของที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation)	3	.865
	(5). ภาพลักษณ์ของกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)	3	.891
	(6). ภาพลักษณ์ของการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)	3	.874
	<b>รวม</b>	<b>20</b>	<b>.923</b>
4.ความภักดีต่อ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Loyalty)	(1).ความภักดีด้านการบอกต่อหรือการสื่อสารแบบปาก ต่อปาก (Word of Mouth)	3	.823
	(2).ความภักดีด้านความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการ ซ้ำอีกครั้ง (Revisit Intention)	3	.878
	<b>รวม</b>	<b>6</b>	<b>.831</b>

ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคเป็นความเชื่อมั่นชนิดสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ที่มีนักวิจัยนิยมใช้มากที่สุดผู้ริเริ่มพัฒนาคือ Kuder & Richardson, (1937) โดยใช้ข้อมูลกับทวิภาคมีค่าเท่ากับ 0 หรือ 1 เท่านั้น ต่อมาครอนบาค Cronbach, (1951) ได้พัฒนาสูตรครอนบาคเพื่อให้สามารถใช้ได้ทั้งข้อมูลทวิภาคและข้อมูลที่ไม่ใช่ทวิภาค จึงเรียกว่าค่าความเชื่อมั่นชนิดนี้ว่าครอนบาคอัลฟา (Cronbach's alpha) ( $\alpha$ )

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ของประเด็นข้อความที่ใช้ในการศึกษาวิจัยจากการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของ [1].ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience) มีค่าเท่ากับ 0.844 [2].คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) มีค่าเท่ากับ 0.876 [3].ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image) มีค่าเท่ากับ 0.870 และ [4].ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Destination Loyalty) มีค่าเท่ากับ 0.818 ซึ่งจะเห็นได้ว่า ตัวแปรสังเกตได้จำนวน 15 ตัวแปร,ตัวแปรที่ผู้วิจัยได้ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้,George and Mallery, (2003) มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 ซึ่งยอมรับได้

### 3.5 การรวบรวมข้อมูลของการศึกษาวิจัย

#### 3.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยในครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลเชิงประจักษ์เนื่องจากการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามโดยตรงหรือเก็บเครื่องมือตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวโดยตรง วิธีการดังกล่าวมีผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการหรือนักวิจัยนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย Story,Winters,Premo,Kailes, & Winters, (2003) ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่างๆจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) จากบทความวารสารวิชาการการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยในเรื่องของประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience) คุณค่าการรับรู้ (Perceived Value) ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image) และความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Destination Loyalty) เชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) เพื่อทำให้ผู้วิจัยได้รับความรู้พื้นฐานในการศึกษาวิจัยและนำแนวคิดที่ได้มาใช้ในการพัฒนารอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย ในครั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเทคนิคในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่าส่วนใหญ่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวโดยตรง Story,Winters, Premo,Kailes,& Winters, (2003) ด้วยการแจกแบบสอบถาม โดยตรงให้กับกลุ่มตัวอย่างหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชรในประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ทำหน้าที่ขอความร่วมมืออย่างเป็นทางการลงนามโดยคณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุมพร้อมแบบสอบถามเป็นเอกสารแนบ โดยมีรายละเอียดที่สำคัญที่ได้ระบุไว้ในจดหมายเช่นชื่อผู้วิจัย หน่วยงานวิจัย หัวข้อของการศึกษาวิจัยวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย ความสำคัญของการศึกษาวิจัย ประโยชน์ที่สังคมจะได้รับจากการศึกษาวิจัยและข้อความที่เป็นแรงจูงใจที่จะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในการตอบแบบสอบถามหรือข้อความการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละราย และการกล่าวขอบคุณผู้มีอุปการะคุณที่ให้ความอนุเคราะห์อย่างยิ่งในการให้ความร่วมมือการตอบแบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถามหรือนักท่องเที่ยวและการกล่าวขอบคุณผู้ที่ให้ความอนุเคราะห์อย่างยิ่งที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางต่างชาติดที่มีสัญชาติจีนและสัญชาติอังกฤษหรือนักท่องเที่ยวที่สามารถพูดภาษาจีนหรือภาษาอังกฤษที่มีอายุต่ำกว่า 18 ถึงมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชรในประเทศไทย

โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีสัญชาติจีน และสัญชาติอังกฤษ หรือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สามารถพูดภาษาจีน และภาษาอังกฤษที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีถึงมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชรในประเทศไทยซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่าง 1,600 ตัวอย่าง

ผู้วิจัยและทีมงานผู้ช่วยผู้วิจัย (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, (2546) ได้ทำการลงพื้นที่เพื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือแบบสอบถามตามขั้นตอนของการศึกษาวิจัยโดยผู้วิจัยและทีมงานผู้ช่วยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลหรือแบบสอบถาม (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, (2546) ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรในประเทศไทย เนื่องจากนักท่องเที่ยวนั้นมีบทบาทที่สำคัญที่มีประสบการณ์ในการให้ข้อมูลและรับรู้ถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวความพึงพอใจในศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรในประเทศไทย

โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปดำเนินการเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีสัญชาติจีนและสัญชาติอังกฤษหรือนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่สามารถพูดภาษาจีนและภาษาอังกฤษที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีถึงมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 1,600 ตัวอย่าง จากแบบสอบถามภาษาจีน 800 ตัวอย่างและแบบสอบถามภาษาอังกฤษ 800 ตัวอย่างที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชรในประเทศไทยโดยผู้วิจัยและทีมงานผู้ช่วยผู้วิจัย (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, (2546) จำนวน 8 คน (ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและโรงแรมที่สามารถพูดภาษาจีนและภาษาอังกฤษ) และผู้วิจัยและทีมงานผู้ช่วยผู้วิจัยได้ติดตามการเก็บรวบรวมแบบสอบถามหรืออรจนกระทั่งนักท่องเที่ยวตอบ

แบบสอบถามหรือข้อคำถามครบถ้วนซึ่งในระหว่างนั้นถ้านักท่งที่เกี่ยวข้องหรือผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อสงสัยเกี่ยวกับข้อคำถามผู้วิจัยหรือทีมงานผู้ช่วยผู้วิจัยจะตอบข้อสงสัยนั้นได้ในทันทีหลังจากนั้นผู้วิจัยและทีมงานผู้ช่วยผู้วิจัย (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, (2546) ได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนในทันทีหลังจากนักท่งที่เกี่ยวข้องได้ตอบแบบสอบถามหรือซักถามข้อสงสัยแล้วในระยะเวลาที่เหมาะสมประมาณ 20-30 นาที ต่อนักท่งที่เกี่ยวข้องหนึ่งคน

จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลหรือแบบสอบถามที่ได้รับมาลงรหัสโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC + (Statistical Package For Social Sciences) Version18.0 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential-Statistics) โดยใช้โปรแกรม AMOS,Version 20.0 (Diammantopoulos & Siguaw, (2000) Hair et al., (1995)

### 3.5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ (In-deap Interview) และผู้วิจัยได้กำหนดวันเวลา และสถานที่สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ผู้ศึกษาวิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ (In-deap Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยวและหรือบริษัทนำเที่ยวและกรมการท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้การเลือกสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก Zikmund, (2000) จำนวน 5 ราย ซึ่งใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 60 นาที โดยประมาณมีระยะเวลาในการดำเนินการสัมภาษณ์ระหว่างเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน พ.ศ.2561

ซึ่งกระบวนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยใช้วิธีการจดบันทึกการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) และมีการเตรียมความพร้อมด้านเอกสารการสัมภาษณ์และเครื่องบันทึกเสียงข้อมูลการสัมภาษณ์การตรวจสอบคุณภาพการสัมภาษณ์ และจบกระบวนการสัมภาษณ์โดยใช้ข้อคำถามที่ชัดเจนไม่คลุมเครือปราศจากการสัมภาษณ์แบบคำถามซ้ำซ้อน หรือคำถามซึ่งนำผู้ศึกษาวิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แล้วนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์พร้อมทั้งแยกแยะประเด็นที่สำคัญอีกทั้งมีการตัดคำพูดบางคำที่ไม่เหมาะสมและไม่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยออกไปเพื่อให้ข้อมูลนั้นเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) อีกทั้งระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาตั้งแต่เดือนเดือนเมษายน-มิถุนายน พ.ศ. 2561

### 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาวิจัย

สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อผู้ศึกษาวิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้วผู้วิจัยได้ดำเนินการกำหนดสถิติที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับข้อมูลทางสถิติเพื่อให้ตรงกับหลักการทางวิทยาศาสตร์หรือสังคมศาสตร์ที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยที่ได้ตั้งไว้โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาวิจัยมีองค์ประกอบ 4 ส่วนดังนี้

### 3.6.1 สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผู้วิจัยได้นำสถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) มาใช้เพื่อการอธิบายถึงคุณสมบัติหรือลักษณะของการแจกแจงข้อมูลของตัวแปรต่างๆตาม“ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรในประเทศไทย”โดยกำหนดการวัดเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าเฉลี่ย (Mean) ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 15 ตัวแปร เพื่อนำมาใช้ในการอธิบายหรือบรรยายถึงลักษณะการแจกแจงและการกระจายของตัวแปรสังเกตได้ โดยกำหนดการวัดเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard-Deviation) ความเบ้ (Skewness) ความโด่ง (Kurtosis) โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS รวมถึงการทดสอบสมมติฐานความเบ้และความโด่งว่าแตกต่างจากศูนย์หรือไม่ด้วยสถิติทดสอบ Z (Z-test) โดยถ้าตัวแปรสังเกตได้มีการแจกแจงปกติ SK จะเท่ากับ 0 ( $SK = 0$ ) แสดงว่าตัวแปรมีการแจกแจงเป็นโค้งปกติถ้าตัวแปรสังเกตได้มีการแจกแจงโค้งในลักษณะเบ้ซ้าย SK จะมีค่าเป็นลบ ( $SK < 0$ ) หรือข้อมูลของตัวแปรส่วนใหญ่จะมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงและถ้าตัวแปรสังเกตได้มีการแจกแจงโค้งในลักษณะเบ้ขวา SK จะมีค่าเป็นบวก ( $SK > 0$ ) หรือข้อมูลของตัวแปรส่วนใหญ่จะมีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำและโค้งการแจกแจงปกติจะมีค่า  $KU = 3$  แสดงว่า โค้งแจกแจงแบบ Leptokurtic หรือโค้งการแจกแจงความถี่มีขนาดสูงโด่งถ้า  $KU < 3$  แสดงว่า โค้งแจกแจงแบบ Platykurtic หรือโค้งการแจกแจงมีขนาดเตี้ยแบน ,ศิริชัย กาญจนวาสี, (2545)

### 3.6.2 สถิติการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ที่ผู้วิจัยนำมาใช้เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient) ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆว่ามีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงหรือไม่และสามารถระบุทิศทางของความสัมพันธ์ (บวกหรือลบ) ขนาดของความสัมพันธ์มีค่าอยู่ในระดับใดสำหรับใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์“ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชรในประเทศไทย”โดยเกณฑ์การบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์จะใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์ โดยค่าของ r จะอยู่ระหว่าง -1 ถึง 1 ถ้าหากค่า r มีค่ามากกว่า 0 แล้ว จะเป็นความสัมพันธ์ทางบวกถ้ามีค่าน้อยกว่า 0 แล้วจะเป็นความสัมพันธ์ทางลบสำหรับการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์โดยทั่วไปอาจใช้เกณฑ์ดังนี้ ,วิชิต อุ๋อัน, (2550)

ตารางที่ 3.11 แสดงเกณฑ์พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ระดับของความสัมพันธ์
$r > 0.8$	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
$0.6 < r < 0.8$	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
$0.4 < r < 0.6$	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
$0.2 < r < 0.4$	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
$r < 0.2$	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

โดยเครื่องหมาย +,-	หน้าตัวเลขสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะบอกถึงทิศทางของความสัมพัธ์ โดยที่
r มีเครื่องหมาย +	หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง ตัวแปรอีกตัวจะมีค่าสูงไปด้วย)
r มีเครื่องหมาย -	หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางตรงกันข้าม (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง ตัวแปรอีกตัวจะมีค่าต่ำ)

### 3.6.3 สถิติการวิเคราะห์ความเที่ยงของตัวแปรแฝงและค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้

ผู้ศึกษาวิจัยพิจารณาความเที่ยงตรงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability:  $\rho_c$ ) และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted:  $\rho_v$ ) โดยการใช้สูตรของนักวิชาการหลายท่านเช่น Hair et al., (1995), (Fornell & Larcker, (1981); Diamantopoulos & Siguaw, (2000) ดังนี้

ความเที่ยงของตัวแปรแฝงหรือ Composite Reliability

$$\rho_c = \frac{(\sum \lambda)^2}{(\sum \theta)^2 + \sum(\theta)}$$

$\rho_c$  คือ น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน

$\theta$  คือ ความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

$\sum$  คือ ผลรวม

ค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงควรมีค่ามากกว่า 0.60 ตามเกณฑ์ที่ Diamantopoulos & Siguaw, (2000) ได้กำหนดไว้

ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้

$$\rho_v = \frac{(\sum \lambda)^2}{(\sum \theta)^2 + \sum(\theta)}$$

โดยค่า  $\rho_v$  เป็นค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวแปรแฝงที่อธิบายได้ด้วยตัวแปรสังเกตได้ซึ่งมีค่าเทียบเท่ากับค่าไอเกน (Eigenvalues) ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจควรมีค่ามากกว่า 0.5 ตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ Diamantopoulos & Sigauw, (2000) อ้างในสุภมาส อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และ รัชนี กุล ภิญโญภาณุวัฒน์, (2554)

### 3.6.4 สถิติการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผู้ศึกษาวิจัยได้นำมาใช้สำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) ของแบบจำลอง“ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อ คุณค่าที่รับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรในประเทศไทย”ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีและผลงานงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัยและกำหนดให้เป็นแบบจำลองของการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยโปรแกรม AMOS เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลองการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) โดยผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงประจักษ์ (Assessment of Model Fit) โดยดัชนีที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล(Measurement Model) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ สุภมาส อังศุโชติ,(2554) ประกอบด้วยดัชนีค่า Chi-Square, ( $\chi^2$  /df, CFI, GFI, AGFI, RMSEA และ SRMR) โดยเกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์สามารถอธิบายได้ดังนี้ สุภมาส อังศุโชติ, (2554)

ตารางที่ 3.12 แสดงเกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดัชนีความกลมกลืน

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	อ้างอิง
$\chi^2$ -test)	ไม่มีนัยสำคัญ ( $P > 0.05$ )	Diamantopoulos ,(2000)
$\chi^2$ /df)	< 2.00 สอดคล้องกลมกลืนดี 2.00-5.00 สอดคล้องกลมกลืนพอใช้ได้	Diamantopoulos ,(2000) Bentler, (1999)
CFI (Comparative Fit Index)	$\geq 0.95$ สอดคล้องกลมกลืนดี 0.90-0.95 สอดคล้องกลมกลืนพอใช้ได้	Diamantopoulos ,( 2000) Bentler, (1999)
GFI (Goodness of Fit Index)	$\geq 0.95$ สอดคล้องกลมกลืนดี 0.90-0.95 สอดคล้องกลมกลืนพอใช้ได้	Diamantopoulos ,(2000) Bentler, (1999)
AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index)	$\geq 0.95$ สอดคล้องกลมกลืนดี 0.90-0.95 สอดคล้องกลมกลืนพอใช้ได้	Diamantopoulos ,(2000) Bentler, (1999)

ตารางที่ 3.12 (ต่อ) แสดงเกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดัชนีความกลมกลืน

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	อ้างอิง
RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	< 0.05 สอดคล้องกลมกลืนดี 0.05-0.08 สอดคล้องกลมกลืนพอใช้ได้ 0.08-0.10 สอดคล้องกลมกลืนไม่ค่อยดี > 0.10 สอดคล้องกลมกลืนไม่ดี	Diamantopoulos,( 2000) , Bentler, (1999)
SRMR (Standardized Root Mean Square Residual)	< 0.05 < 0.08	Diamantopoulos,(2000), Bentler ,(1999)

ที่มา : สุกมาศ อังสุโชติ ,(2554)

จากตารางที่ 3.13 สามารถอธิบายรายละเอียดการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์สามารถอธิบายได้ดังนี้ สุกมาศ อังสุโชติ, (2554)

(1). ค่า Chi-Square ( $\chi^2$ -test) ค่าไคสแควร์เป็นค่าสถิติทดสอบที่ใช้แพร่หลายในการทดสอบว่าฟังก์ชันความกลมกลืนมีค่าเป็นศูนย์จริงตามสมมติฐานและการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หากโมเดลที่สร้างขึ้นมามีค่าความน่าจะเป็นที่คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ( $P$ -value  $\geq 0.05$ ) แสดงว่าโมเดลที่สร้างขึ้นมามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยถ้าค่าไคสแควร์มีนัยสำคัญแสดงว่าโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ไม่สอดคล้องกลมกลืนกัน

(2). ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ ( $\chi^2/df$ ) การพิจารณาค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ควรมีค่าน้อยกว่า 2.00 แสดงว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

(3). ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์(Comparative Fit Index : CFI) การพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ CFI ที่ดีควรมีค่า 0.90 ขึ้นไปแสดงว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์

(4). ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนของปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้ด้วยโมเดล (Goodness of Fit Index : GFI) ซึ่งเป็นค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ (Absolute Fit Index) ที่นิยมใช้โดยทั่วไปค่า GFI จะมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ซึ่งค่า GFI ที่ยอมรับได้ควรมีค่ามากกว่า 0.09 แสดงว่าโมเดลที่ใช้มีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์

(5). ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนของปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้ด้วยโมเดลที่ปรับแก้ไขแล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) ซึ่งเป็นค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ (Absolute Fit Index) ที่นิยมใช้ร่วมกับ GFI เป็นการแสดงถึงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้ด้วยโมเดลปรับแก้ด้วยองศาความเป็นอิสระจำนวนตัว



แปรและขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยทั่วไปค่า AGFI มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ซึ่งค่า AGFI ที่ยอมรับได้ควรมีค่ามากกว่า 0.90 แสดงว่าโมเดลที่ใช้มีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์

(6). การประมาณค่าของดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสอง (Root Mean Square Error of Approximation : RMSEA) เป็นค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานซึ่งเป็นค่าที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามองศาอิสระ โดยค่า RMSEA ที่ดีมากควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือมีค่าระหว่าง 0.05 ถึง 0.08 หมายถึงโมเดลค่อนข้างสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ค่าระหว่าง 0.08 ถึง 0.10 แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เล็กน้อยและค่าที่มากกว่า 0.10 แสดงว่าโมเดลยังไม่สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

(7). ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนในรูปความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Residual : RMR) โดยดัชนีที่ผู้ศึกษาวิชาญนำมาใช้ในการพิจารณาคือรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของคะแนนมาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual : SRMR) เป็นค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standardized Residual) ซึ่งเป็นค่าความคลาดเคลื่อนหารด้วยค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่า (Estimated Standard Error) โดยควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

นอกจากนี้ผู้วิจัยต้องพิจารณาเกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยค่า Factor Loading ของตัวแปรสังเกตที่วัดตัวแปรแฝงแต่ละตัวและต้องมีค่ามากกว่า 0.30 ขึ้นไป จึงจะแสดงว่าตัวแปรสังเกตได้นั้นสามารถนำไปใช้ในการวัดตัวแปรแฝงได้และต้องพิจารณาถึงค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability :  $\rho_C$ ) ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.60 จึงจะแสดงว่าตัวแปรแฝงวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้อยู่ในเกณฑ์ดีและค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted :  $\rho_V$ ) จะต้องมีค่า 0.50 ขึ้นไปจึงจะแสดงว่าตัวแปรแฝงมีความเที่ยงตรงในการวัดการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยหากผลการพิจารณาพบว่าโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) ยังไม่สอดคล้องกลมกลืนกันผู้วิจัยจะต้องปรับโมเดลแล้วดำเนินการใหม่จนกว่าโมเดลของการศึกษาวิจัยข้อมูลเชิงประจักษ์จะสอดคล้องกลมกลืนกัน